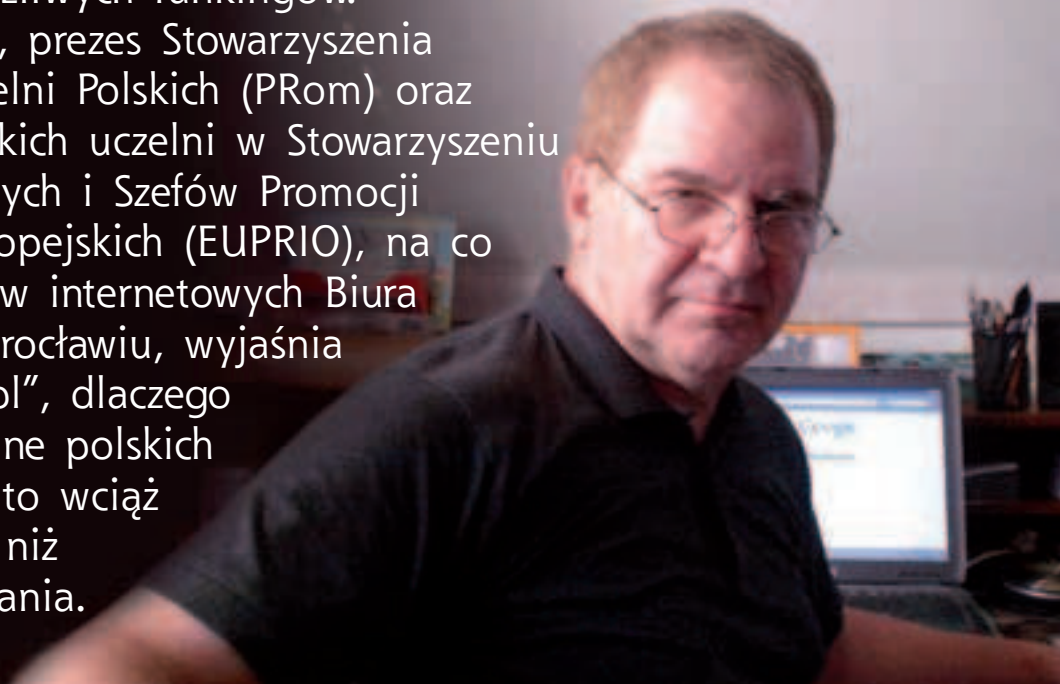


Gdyby promocja polskich uczelni za granicą była tak rzutka jak on, znajdowałibyśmy się na czele wszelkich możliwych rankingów.

**Dr Marek Zimnak**, prezes Stowarzyszenia PR i Promocji Uczelni Polskich (PROM) oraz przedstawiciel polskich uczelni w Stowarzyszeniu Rzeczników Prasowych i Szefów Promocji Uniwersytetów Europejskich (EUPRIO), na co dzień szef projektów internetowych Biura Promocji AE we Wrocławiu, wyjaśnia magazynowi „Piar.pl”, dlaczego działania promocyjne polskich uczelni za granicą to wciąż raczej dobre chęci niż systemowe rozwiązania.



for. archiwum

## Gra o wysoką stawkę

**Jakim priorytetem są dla uczelni w Polsce działania promocyjne za granicą?**

Żadnym.

**Jednak działacie. Co chcecie osiągnąć?**

Pik mieliśmy w Polsce w 2003 roku, więc w tej chwili liczba studentów maleje. W najbliższych dwóch, trzech latach w wyniku kurczenia się rynku ubędzie w Polsce w sumie jeden ośrodek akademicki. Musimy się więc rozglądać, skąd dobrać kandydatów na studia. Nie tylko dlatego, żeby złapać te dwa tysiące dolarów od studenta zagranicznego, ale także dlatego, że mniej studentów to mniej godzin dla profesorów i doktorów. Oznacza to, że trzeba będzie ich zwalniać, więc to jest walka o przetrwanie i walka o etaty. Przyciągnięcie studentów zagranicznych to cel taktyczny.

**Jaką rolę w tej walce odgrywa budowanie wizerunku uczelni?**

Ta prawda jest obecna na razie tylko w pokojach promocji, choć każdy profesor powie pani, że dla wizerunku uczelni zrobi wszystko. W tej chwili wciąż walczymy o zmianę świadomości pracowników na uczelniach, ale jest to długi proces i dopiero, kiedy ubędzie studentów, wszyscy przekonają się, o czym mowa.

### Quo vadis, uczelnio?

**W jakich krajach promują się szkoły wyższe za granicą?**

Ważne są ludne kraje, Chiny, Indie, czyli te, które są na tyle perspektywicznie finansowo, że na pewno znajdą się w nich osoby będące w stanie zapłacić za wyjazd młodych ludzi na studia za granicę. Kto wie, może

dołączy do nich także Afryka, bo najbliższy rok ma być czasem ożywienia Europy wobec tego ostatniego zapomnianego kontynentu.

**Dlaczego nie mówi Pan o Zachodzie?**

Nie wykluczam, że do paru wybitnych gwiazd w Polsce przyjadą studenci z Zachodu. Być może skusi kogoś cena, jednak pod kątem naboru liczebnego jest to dla naszych uczelni idiotyczny kierunek promocji. Zaraz pani opowiem, jak uczelnie wrocławskie wspólnie działają na Ukrainie pod szyldem miasta. To jest nasza odpowiedź na wybór kierunku promocji.

Nic nie stoi na przeszkodzie, aby Poznań czy Kraków, jeśli chciałyby podążać podobną drogą, werbowały przyszłych studentów w Indiach lub Kazachstanie. Na pewno nie brak „tego kwiatu” i możemy się nim podzielić.

**W takim razie dlaczego wybraliście Ukrainę?**

Oczywiście to mógłby być także Kazachstan czy Mołdawia, ale Ukraina to olbrzymi osiemdziesięcioletni rezerwuwar. Jest tuż koło nas. Mamy znaczną część wspólnych korzeni historyczno-kulturowych. Po drugiej wojnie mówiło się, że Lwów przeniósł się do Wrocławia, co oczywiście nie jest prawdą, ale jest u nas dużo osób z korzeniami ukraińskimi, których rodziny



P r e l i t e  
P U B L I C R E L A T I O N S

Tworzymy

strategie sukcesów

z wiedzą i doświadczeniem

Od września 2006 r. uruchomiliśmy PR System®

unikalne, autorskie oprogramowanie, które łączy naszą wiedzę w obsłudze klientów, możliwości Internetu oraz światowe rozwiązania w zakresie CRM dla branży public relations

[www.prelite.pl](http://www.prelite.pl)

zostały podzielone. Naturalnie jest więc duży ruch w obie strony.

### **Więc promocja na Zachodzie to nieporozumienie?**

Nie do końca. Amerykanie wymyślili ostatnio, że porażka między innymi z World Trade Center czy ich inne problemy na świecie wynikają z tego, że słabo ten świat znają. W związku z tym kongres USA zatwierdził projekt wyjazdu w najbliższych pięciu latach 100 tys. młodych Amerykanów na studia za granicę. Mają być preferowane nie regiony, które pewnie najchętniej by wybrali, jak Europa Zachodnia, tylko bardziej egzotyczne obszary, jak Afryka, daleka i środkowa Azja. Na pewno regionem interesującym będzie dla nich także Europa Wschodnia. Załóżmy, że trafi tu 5 tys. studentów z USA. Co zrobić, żeby jak najwięcej z nich przyjechało do Polski?

## **„Trzeba działać”, ale pieniędzy nie ma**

**Ministerstwo nie zapewnia odpowiednich działań promocyjnych dla polskich uczelni za granicą. Ma Pan do nich żal, że nic nie robią?**

Żal do wiatru, że wieje. Polityka taka właśnie jest, choć było przecież światło w tunelu. Plan Hausnera zakładał trzykrotnie wyższe wydatki na naukę, z których pewnym odpryskiem mogły być także środki na promocję.

**Mamy takie czasy, że wydatki na promocję nie powinny być tylko odpryskiem.**

Ma Pani we mnie absolutnego zwolennika w tej sprawie. Z tą świadomością trzeba iść wyżej, a z tym jest już znacznie gorzej. Byłoby łatwiej, gdyby można było liczyć od razu na efekty. Dajcie mi pieniądze i za to macie to, to i to. My jednak mówimy o długofalowej działalności wizerunkowej, a politycy żyją perspektywą czteroletnią.

**Czego oczekiwaliście Pan od Ministerstwa?**

Mogłoby zrobić bardzo dużo. Musi być ktoś, kto w imieniu państwa dba o wizerunek polskich uczelni i polskiej nauki za granicą. Kto ma to robić? Próbuje to robić teraz KRASP z organizacją rynkową, tj. Fundacją Perspektywy.

**Mówi Pan o tym, co się stanie, czyli teraz właściwie nic się nie dzieje?**

Nic. Paweł Mikusek, dyrektor Departamentu Informacji i Promocji Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego (MNiSW), którego gościliśmy na konferencjach PRom-u w Białowieży i Biało-brzegach usłyszał ostatnio w jednym z naszych wystąpień, że Francja, Irlandia i Finlandia mają potężne biura, które zatrudniają ponad

200 osób do promocji ich nauki i szkolnictwa wyższego na świecie. Są to, podkreślam, biura działające pod szyldem państwa. Pan Mikusek powiedział nam, że w ministerstwie ma do tych samych zadań 1,5 osoby - siebie i jeszcze jedną osobę, która jeździ na targi, ale poza tym ma jeszcze inne sprawy na głowie. Spytał nas, czy chcemy dyskutować z nim dalej, a na reakcje uczestników konferencji rozkładał ręce i opowiadał: „Chodzę do ministra, który mówi: ‘tak, tak, trzeba działać’, ale pieniędzy na to nie mamy”.

**Czym zajmuje się w takim departamencie 200 osób?**

Mniej więcej połowa pracuje w biurach terenowych rozrzuconych po krajach ważnych z punktu widzenia danej uczelni, tj. w Chinach, Indiach itd. Drugą połowę stanowi centrala, która jest odpowiedzialna za przygotowywanie materiałów, prowadzenie portalu itd. Biura terenowe działają jak wysunięta czujka, która identyfikuje potrzeby napływające z danego terenu i potrafi dopasowywać pod kątem danego kraju ofertę edukacyjną swojej uczelni.

**Samo centrum dowodzenia to za mało?**

Za mało. Można oczywiście w kółko tam jeździć i wracać, ale może się też zdarzyć i tak, że zanim się wróci i opracuje materiały, potrzeby się zmieniają.

**Czy szykujecie się do stworzenia takiego ośrodka na Ukrainie?**

Dobrze byłoby tak zrobić. Tymczasem i tak dużym sukcesem jest istnienie od roku biura „Teper Wrocław”.

## **Uczelnie w Europie łączą siły**

**Skoro promocją nie zajmuje się państwo, choć powinno...**

... to robimy to sami, regionalnie. Ale to nie jest recepta dla całej Polski i na pewno nie jest to też recepta dla mniejszych ośrodków naukowych.

**Po co promować regiony zamiast uczelni?**

Jesteśmy za słabi, żeby grać poszczególnymi pojedynczymi uczelniami. Nie są one wystarczającym magnesem, no i nikt ich nie identyfikuje za granicą. Niezbędna jest kooperacja między uczelniami. Nas trochę ona kosztowała.

**Jak za granicą sprawdzają się takie pomysły?**

Podczas ostatniej konferencji w Grenoble przedstawiciele uczelni zachodnich opowiadali właśnie, jak radzą sobie z problemem coraz mniejszej liczby studentów. Okazuje się, że też zbierają razem siły. Choćby cztery katolickie uczelnie w Belgii – połączyły się w jedno. We Francji w swoich działaniach połączyły się też najlepsze politechniki.

**Do jakich jeszcze doświadczeń zagranicznych uczelni można sięgnąć?**

Chciałem wysłać rzeczników na staże do Finlandii, Włoch i Anglii. Mam wstępne pozytywne odpowiedzi, bo liczyłem na grant Erasmusa. Nie dostałem jednak tych pieniędzy i zastanawiam się, jak dalej realizować ten pomysł. Jeśli otrzymam grant, to w ciągu dwóch lat mogę wysłać na staże 20-25 osób.

**Którzy rzecznicy mogliby odbyć takie szkolenie?**

W pierwszej kolejności członkowie PRom-u. W drugiej ci, którzy jeżdżą na nasze konferencje, ale nie zdecydowali się przyłączyć do stowarzyszenia.

**A Pan dokąd chciałby pojechać?**

Ja jeżdżę stosunkowo dużo. Bywam na co drugiej konferencji EUPRIO, więc raczej nie zajmowałbym miejsca innym. ▶

## ► Holand? A, Poland...

**Czy polska uczelnia mogłaby przebić się do mediów zagranicznych na przykład w skali europejskiej?**

Przez AlphaGalileo.org tak. To taki komercyjny portal, w którym trzeba wykupić abonament w wysokości 900 euro rocznie, aby móc zamieszczać swoje materiały. Zgląda do niego 5,5 tys. dziennikarzy z Europy, więc warto.

**A są tam polskie uczelnie?**

Przygotowaliśmy prezentację na ten temat na jednym ze spotkań rzeczniczków. Dodam tylko, że w ubiegłym roku mieliśmy bonus za biedę i wschód, i nie trzeba było płacić. Nic z tego jednak nie wyszło. Nawet jeśli rzecznicy opowiedzieli swoim rektorom o portalu AlphaGalileo.org, to żadna z tych uczelni nie skorzystała z tej oferty. Mam nadzieję, że może jako PRom razem uda nam się zapłacić roczną stawkę. Nie jesteśmy jednak w stanie pokryć jej ze składek i musimy zdobyć partnerów strategicznych.

**Co mogłoby zaciekać tych 5,5 tys. dziennikarzy?**

Pyta Pani, co bez szczególnego poczucia wstydu można by tam postać? Myślę, że informacje o dobrej międzynarodowej konferencji czy międzynarodowej nagrodzie naukowej. Także wartościową naukową publikację. Nic więcej nie przychodzi mi do głowy.

**Jakie jeszcze kanały promocji wykorzystują ośrodki na Zachodzie?**

Praca z absolwentami - u nas zupełnie zaniedbana, a w Stanach Zjednoczonych na najwyższym poziomie. Taki absolwent dostaje na przykład złotą kartę, dzięki której, kiedy przyjedzie do miasta, w którym studiował, będzie miał zniżkę na hotele, przejazdy, wydarzenia kulturalne itd. A jeśli dorobi się milionów, to bardzo prawdopodobne, że rozbuduje bibliotekę swojej uczelni. Taka lista ruchów jest bardzo długa.

**Które kraje szukają u nas studentów?**

Kilka dni temu widziałem anons pewnego uniwersytetu w Walii, który organizuje dni otwarte we Wrocławiu. Jesteśmy tam traktowani jak wszyscy członkowie UE. To był pomysł Blaira, który 10 lat temu przeprowadził inicjatywę rządową, aby przyciągnąć na Wyspy studentów. To jest ważne - była to inicjatywa na poziomie całego kraju, a nie jednego miasta. Obecnie Wielka Brytania jest drugim po Stanach Zjednoczonych państwem pod względem liczby studentów. A i tutaj nie chodzi tylko o miesięczne opłaty. Ci ludzie, skończywszy studia w Wielkiej Brytanii, stają się jej ambasadorami w swoich krajach. Dlatego warto przygotowywać dla studentów programy nawet półroczne i zapraszać ich do nas. Kraj się obroni, trzeba ich tylko namówić, żeby przyjechali.

**Z badań, które przeprowadziła Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji Program Erasmus wynika, że studenci są bardziej zadowoleni z samego pobytu w Polsce niż**

**ze studiowania. Pytanie, czy można to jakoś wykorzystać w działaniach promocyjnych, czy raczej nie.**

Ja bym wykorzystał, tylko nie tak prosto o tym mówić.

**W badaniach negatywnie oceniono wiedzę o naszym kraju. Znajomi, rodzina na hasło „jadę na studia do Polski”, pytają - „dokąd?”**

Holand? A, Poland. Wszyscy to znamy. Pytanie jest, kto ma się tym, do cholery, zajmować. Uważam, że nie da się zrobić promocji Polski jako całej Polski. Kapuściński pokazałby szczegóły.

**Co może być tym szczegółem w szkolnictwie wyższym?**

15-minutowy film, który pokazuje jeden dzień z Juwenaliów i dużo młodych ludzi. Nie możemy promować się samymi wierszami, Chopinem i papieżem.

Musimy pokazywać dużo młodych twarzy, internet, dynamizm - to może przyciągać.

**Czy akcentowaliście te aspekty na Ukrainie?**

Oczywiście. Mówiliśmy, że można we Wrocławiu studiować wiele fajnych rzeczy, a i miejsce jest fantastyczne, a rynek wrocławski żyje do białego rana.

## „Nadepnęliśmy na ogon paru miastom”

**Jak wyglądały początki akcji „Teper Wrocław”?**

Pod szyldem miasta skrzyknęły się trzy największe wrocławskie uczelnie publiczne: Uniwersytet, Politechnika i AE, które z racji swojej wielkości będą miały największe problemy w przyszłości z pozyskaniem odpowiedniej liczby studentów oraz trzy uczelnie prywatne, które poważnie myślą o przyszłości.

Miasto namawia na całym świecie biznesmenów, aby przyjeżdżali inwestować we Wrocławiu. Ale aby biznes zechciał się tu zjawić, potrzebuje wykwalifikowanych ludzi do pracy. Stąd już tylko krótka droga do wyższych uczelni. Miasto odpowiada za to, co zaoferuje inwestorom, w związku z tym postanowiło żyć dobrze z uczelniami i namówiło nas na współpracę. Pracujemy razem trzeci rok, zrobiliśmy wspólnie szereg projektów. A teraz, ponieważ już brakuje u nas ludzi do pracy i niedługo zacznie brakować do studiowania, postanowiliśmy wspólnie poszukać ich na Ukrainie.

**Dlaczego uczelniom opłaca się połączyć. Nie konkurujecie ze sobą?**

Konkurujemy, ale tu toczy się gra o wyższe cele. My wewnętrznie we Wrocławiu jakoś się studentami podzielimy. Mimo wszystko w bardzo niewielu obszarach dublują się kierunki nauczania.

**Czy postawiliście sobie mierzalny cel, na przykład zwerbowania w tym roku 100 studentów z Ukrainy?**

Nie można byłoby sobie takiego celu postawić, jeżeli jest się choć odrobinę realistą.

Zacznijmy od tego, że nasze

działania były działaniami wizerunkowymi nie w imieniu konkretnej uczelni, ale w imieniu miasta. Mają oddziaływać długofalowo. Na razie zawieźliśmy tony materiałów po rosyjsku i ukraińsku.

**Dokąd dotarliście?**

Mieliśmy dwie wyprawy. W grudniu 2006 roku były aż trzy trasy, ja uczestniczyłem w tej środkowej, Lwów-Tarnopol-Chmielnicki. W sumie byliśmy na siedmiu uczelniach, na których do przyjazdu na SUM we Wrocławiu zachęcaliśmy ludzi po licencjatach, innych - do podjęcia studiów dok-

„Jesteśmy za słabi, żeby grać poszczególnymi pojedynczymi uczelniami”

toranckich. Natomiast w kwietniu byliśmy prawie aż nad Morzem Azowskim w Ługańsku. Jednym z miast, do których dotarliśmy był też dwumilionowy Charków, gdzie przyjął nas i wprowadził do uczelni konsul polski. W sumie mówiliśmy do 1200 osób, a na jednej z politechnik przyszedł nas nawet profesorowie.

#### Kto przygotował cały wyjazd?

Biuro Promocji Wrocławia i nasze biuro „Teper Wrocław”, którego wartość jest nieoceniona, bo są w nim osoby świetnie znające Ukrainę. Dzięki temu mogą opracować nasze wyprawy logistycznie i koncepcyjnie.

#### Media odnotowały Wasze działania?

W czasie pierwszej kampanii pomocna była wykupiona kampania billboardowa. W czasie drugiej wyprawy mieliśmy pomysł na zorganizowanie bankietu w Kijowie wraz z naszymi rektorami, ambasadorem polskim i władzami. Zakładaliśmy, że media to odnotują, a my tak namaszczeni mieliśmy jechać dalej. Ze

względu na wydarzenia polityczne musieliśmy jednak ominąć Kijów, choć właśnie wtedy ogłoszono, że Polska i Ukraina wspólnie przygotowują mistrzostwa i wszędzie indziej byliśmy witani brawami.

Konsul w Charkowie powiedział nam rzecz zasadniczą, która przełożyła się na kontakty z mediami - zainteresowanie Polski Ukrainą kończy się najdalej na Kijowie i w takim Charkowie nikt Polaków dotychczas nie widział, więc byliśmy atrakcją.

#### Czy inne uczelnie robią swoje road shows za granicą?

Wiem, że nasze działania mocno nadepręły na ogon paru miastom. „Gazeta Wyborcza” rzuciła się do gardła uczelniom i promocji miasta w Łodzi, Katowicach i Poznaniu. Z tego wniossek, że są one dostrzegane w biurach promocji i urzędniczenie w tradycyjnym stylu z ciastkami i kawą kończy się, a ludzie zaczynają się brać do galopu. I mądre miasta mogą wyłącznie na tym zyskać. Bo moje doświadczenie życiowe mówi mi: jeżeli działasz, to musisz mieć przyrosty efektów większe niż ten, kto nic nie robi.

#### Wspominał Pan o kontaktach pomiędzy Wrocławiem a Ukrainą. Nasuwa się pytanie, czy Ukraińcy, którzy chcieliby studiować w Polsce i tak nie przyjechaliby do Wrocławia?

Zakładamy, że jeżeli część osób miałaby wyjechać na studia, ale nie tak drogie jak na Zachodzie i wybrałaby Polskę, to dzięki naszej akcji przyjadą właśnie do Wrocławia. Mieliśmy do rozdania trzydzieści stypendiów, a do tej pory zgłoszeń mamy pięćdziesiąt.

#### Czy macie odpowiednią infrastrukturę, aby przyjąć studentów z Ukrainy?

Na pewno muszą się nauczyć polskiego. Oczywiście nie zrobią tego na miesięcznym obozie adaptacyjnym. Ogólnie bez kursów w języku angielskim uczelnia nie ma się co starać o studentów zagranicznych. A poza tym – to, co wszędzie: akademiki, biblioteki. I najważniejsze – że są tu chciani.

#### Co z resztą?

##### Poza promocją regionów jak jeszcze możemy promować polskie uczelnie?

No i kto miałby je promować, jeśli ministerstwo nie ma pieniędzy na żadne tego typu projekty? Czy ktoś niekomercyjnie może to zrobić? Nie wydaje mi się, żeby ktoś zdecydował się pracować za darmo na taką skalę. Dlatego moim zdaniem rozsądną promocję proponuje Fundacja Perspektywy.

##### Jaka to propozycja?

W tej chwili w ofercie ma pięć targów, które odbędą się w ostatnim kwartale tego roku: jedno w Stanach Zjednoczonych, dwa na Dalekim Wschodzie, jedno na Ukrainie i jedno w Zachodniej Europie. Potem powstanie wspólna publikacja w języku angielskim. Poza tym stworzony będzie portal „Study in Poland” w trzech, czterech językach. Każda uczelnia, która

będzie uczestniczyć w projekcie będzie mogła zamieścić swoją prezentację. Fundacja podpisuje właśnie umowę z sześcioma największymi polskimi uczelniami - trzema uczelniami warszawskimi, dwiema krakowskimi i jedną wrocławską.

##### Ile kosztuje ta współpraca?

Semestralna opłata to 21 tys. zł od uczelni, ale trzeba zadeklarować współpracę dłuższą niż jeden semestr.

##### Zastanawiam się, jaki w przybliżeniu jest koszt wyjazdu na targi, powiedzmy do Berlina, organizowany przez uczelnię na własną rękę.

Dla jednej osoby przejazd, diety, pobyt, hotel to około 4 tys. zł. Jeśli jadą dwie, trzy osoby, plus materiały i wynajęcie standu to mamy około 15 tys. zł. Dla uczelni państwowej jest to kwota nie do wyobrażenia.

##### To drogo.

Zresztą same targi to wyrzucanie pieniędzy w błoto, jeśli nie zostawi się tam tony materiałów i nie ma się dobrego serwisu www. Dlatego właśnie Fundacja Perspektywy proponuje ten efekt synergii: targi tak, ale tylko jeśli mamy dobre materiały i świetny portal, który będą promować.

##### Jak miałyby przebiegać ta kooperacja w skali kraju, między uczelniami, które się nie uzupełniają, a ze sobą konkurują?

To będzie bardzo trudne zadanie. Jeśli akcja Fundacji Perspektywy się powiedzie i do projektu przyłączy się założymy 50 uczelni z całej Polski, to przecież razem pojadą na targi i razem znajdą się w folderze itd. Kiedy jednak przyjadą pierwsi studenci, zastanówmy się, czy w pierwszej kolejności pojadą na przykład do Włocławka czy Zielonej Góry? Myślę, że raczej do Krakowa i Warszawy, potem może do Poznania i Wrocławia, ponieważ siła promocyjna tych miejsc jest znacznie większa. Pojawia się więc pytanie o sens takiej akcji i w jakim kierunku powinna się rozwijać. Pięć, sześć dużych miast może w niej uczestniczyć, ale co z resztą? Takie pytania można mnożyć w odniesieniu do całej promocji zarówno nauki, jak i naszych uczelni za granicą. Tylko odpowiedzi wciąż brak.

**Rozmawiała Kinga Podraza ■**